

На правах рукописи

Зотова Светлана Сергеевна

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ**

13.00.01. – общая педагогика, история педагогики и образования

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Ижевск 2005

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Глазовский государственный педагогический институт имени В.Г. Короленко»

Научный руководитель: доктор педагогических наук, профессор
Мирошниченко Алексей Анатольевич

Официальные оппоненты: доктор педагогических наук, профессор
Семин Юрий Николаевич

кандидат педагогических наук
Белозеров Игорь Николаевич

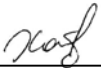
Ведущая организация: ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет»

Защита состоится " ____ " _____ 2005 г. в ____ час. на заседании диссертационного совета Д 212.275.02 при Удмуртском государственном университете по адресу: 426034, г. Ижевск, Университетская 1, корпус 6.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Удмуртского государственного университета (г. Ижевск, Университетская 1, корпус 2).

Автореферат разослан " ____ " _____ 2005 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат психологических наук



Э.Р. Хакимов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования.

Новые социально-экономические условия в России привели к изменениям во всех сферах общественной жизни, в том числе отказу от государственной монополии в системе образования. Многообразие образовательных потребностей сегодня соответствует многообразию образовательных услуг (ОУ) и многочисленность учебных заведений, формирующих предложение и оказывающих ОУ. При этом условием успешной деятельности учебного заведения является обеспечение высокого уровня качества образовательных услуг.

Ориентация на потребности личности при оказании образовательных услуг требует системного подхода к обеспечению качества, что предполагает реализацию следующих функций управления качеством образования: планирование, организация, руководство, контроль, анализ на всех этапах управления учебным заведением. Планирование деятельности учебного заведения на основе маркетингового подхода позволяет корректировать цели учебного заведения по повышению качества образовательных услуг (М.В. Артюхов, Л.Я. Барсукова, М.М. Волкова, В.И. Гам, А.Б. Звезда, В.В. Маскин, А.П. Панкрухин, В.Б. Полуянов и др.).

Управление учебным заведением требует прогноза, необходимость которого обусловлена длительностью периода обучения и потребностью координации деятельности учебных заведений, предприятий и организаций, семьи и общественности с целью обеспечения соответствия качества образования требованиям социальных заказчиков (государство, предприятия, организации, личность).

Таким образом, выявляется последовательность действий в управлении учебным заведением: научное предвидение → прогнозирование → прогноз → планирование → план.

Образование должно постоянно адаптироваться к изменениям, происходящим в обществе и к существующим реалиям. Личность (конечный потребитель образовательных услуг) осуществляет конкретный выбор своей будущей специальности и места обучения. Необходимость обновления знаний и удовлетворения многообразных индивидуальных возможностей и образовательных потребностей требует активного развития образовательных услуг и совершенствования процесса их предоставления на основе маркетинга с целью повышения качества образовательных услуг.

Снижение эффективности деятельности учебного заведения, обусловленное допускаемыми ошибками при отсутствии целевого планирования, выявляет *противоречие* между необходимостью планирования деятельности учебного заведения по предоставлению образовательных услуг на основе прогноза и отсутствием научных разработок в области прогнозирования образовательных услуг.

Сказанное выше, позволяет заключить, что на современном этапе развития образования возникла необходимость в научно-обоснованной технологии прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения.

Объектом исследования является прогнозирование образовательных услуг для учебного заведения.

Предмет исследования – технология прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения.

Цель исследования – разработка, обоснование технологии прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения и эмпирическая проверка ее эффективности.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что применение алгоритмизированной технологии прогнозирования образовательных услуг позволит повысить эффективность деятельности учебного заведения по их предоставлению.

В соответствии с целью исследования потребовалось решить следующие задачи:

- проанализировать научно-педагогическую литературу по вопросам управления образовательными системами, проблемам прогнозирования в управлении учебным заведением, мониторингу и качеству образовательных услуг;

- создать модель прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения;

- разработать и алгоритмизировать технологию прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения;

- опытно-экспериментальным путем подтвердить эффективность технологии.

Теоретико-методологическая основа исследования определяется работами по:

- управлению социальными системами (Ш.М. Алиев, В.И. Доркин, Е.А. Дергачева, В.В. Маскин, И.Н. Мысляева, Б.В. Ракитский, А.И. Субетто, Ю.Н. Семин, Н.В. Тихомирова, П.И. Третьяков, Т.И. Шамова, Е.А. Ямбург и др.);

- прогнозированию в деятельности учебного заведения (И.В. Бестужев-Лада, Б.С. Гершунский, Д.М. Гвишиани, Л.М. Зеленина, Э.Г. Костяшкин, В.А. Лисичкин, М.Н. Скаткин и др.);

- маркетингу образовательных услуг (Р.С. Асейнов, С.А. Асейнов, Ф. Котлер, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников, А.П. Панкрухин, А.Н. Романов, Р.А. Фатхутдинов, А.А. Ченцов, И.Н. Щербо и др.);

- мониторингу и качеству образовательных услуг (В.А. Кальней, А.Н. Майоров, М.М. Поташник, С.Е. Шишов и др.);

- личностно-ориентированному образованию и дифференцированному обучению (И.М. Осмоловская, А.В. Петровский, И.Э. Унт, А.А. Мирошниченко и др.);

- экономической теории (С.Л. Брю, К.П. Макконелл, П.Э. Самуэльсон и др.).

Методы исследования:

- теоретические – анализ и синтез, сравнение, классификация, аналогия;

- эмпирические – наблюдение, анкетирование, интервьюирование, сбор материалов статистической отчетности, эксперимент, моделирование, экстраполяция.

Опытно-экспериментальная база исследования: Глазовский государственный педагогический институт им. В.Г. Короленко, Колледж информационных и социальных коммуникаций ГГПИ, Управление заочного обучения и маркетинга образовательных услуг Глазовского государственного

педагогического института.

Исследование проводилось в три этапа.

На первом этапе (1997-1998 гг.) изучалась научная и учебно-методическая литература, нормативные документы по организации внебюджетной деятельности вуза, анализировался и обобщался отечественный и зарубежный опыт организации образовательных услуг. На данном этапе была обоснована актуальность и практическая значимость проблемы исследования, разработан понятийный аппарат и сформулирована рабочая гипотеза исследования.

На втором этапе (1998-2001 гг.) с целью проверки гипотезы была разработана и апробирована методика исследования, организована опытно-экспериментальная и практическая работа на факультете дополнительного образования ГГПИ, на основании которой проводилось уточнение рабочей гипотезы, разрабатывались концептуальные положения и алгоритм прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения.

На третьем этапе (2001-2005 гг.) проводилось теоретическое обобщение опытно-экспериментальной и практической работы в управлении заочного обучения и маркетинга образовательных услуг ГГПИ, обработка и анализ эмпирических данных, их интерпретация и описание, литературное оформление диссертации, подготовка научно-методических рекомендаций, направленных на использование в практике результатов исследования, публикация статей по данной теме и внедрение результатов исследования в практику.

Научная новизна исследования:

- создана модель прогнозирования образовательных услуг, позволяющая планировать деятельность учебного заведения по их предоставлению социальным заказчикам;

- выявлены направления маркетинговой деятельности по прогнозированию образовательных услуг, основные из которых: особенности социально-экономической среды, роль и место в культурно-образовательной среде, степень охвата сегментов рынка образовательных услуг;

- разработана технология прогнозирования образовательных услуг на основе алгоритмического подхода, позволяющего поэтапно реализовать приемы прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения.

Теоретическая значимость исследования:

- обоснована модель прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения;

- предложены концептуальные положения прогнозирования образовательных услуг для государственного вуза малого города;

- уточнено понятие «образовательные услуги» как совокупность учебной информации, предоставляемой учебным заведением на договорной основе.

Практическая значимость исследования.

Разработанная модель прогнозирования образовательных услуг внедрена в управленческую деятельность ГГПИ, педагогических училищ и колледжей Удмуртской Республики, тем самым подтверждена ее универсальность.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Модель прогнозирования образовательных услуг способствует эффективному планированию деятельности учебного заведения по их предоставлению социальным заказчикам, включает шесть направлений и

технологии прогнозирования, позволяющие изучить рыночную конъюнктуру.

2. Прогнозирование образовательных услуг для государственного вуза малого города основано на следующих положениях:

- сдерживающим фактором развития образовательных услуг малого города является его устойчивая социально-экономическая среда;
- государственный вуз в условиях малого города является центром реализации профессиональных образовательных программ;
- успешная деятельность вуза малого города определяется развитием и поддержкой связей с благожелательно настроенными контактными аудиториями;
- рекламная кампания вуза малого города представляет собой комплексное мероприятие;
- государственный вуз является центром культурно-образовательного пространства малого города;
- эффективность работы вуза по реализации образовательных услуг в условиях малого города в значительной степени зависит от полноты охвата всех возможных сегментов рынка ОУ.

3. Авторская технология прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения предполагает следующий алгоритм деятельности:

- а) формирование экспертно-рабочей группы по прогнозированию образовательных услуг;
- б) изучение информации о развитии образовательных услуг;
- в) взаимодействие с органами местного самоуправления;
- г) оценку возможностей и перспектив развития образовательных услуг.

Достоверность и надежность результатов исследования обеспечивается всесторонним анализом проблемы при определении исходных непротиворечивых теоретических положений, получивших развитие и обоснование в работах по педагогике и маркетингу, а также применением комплекса методов исследования, соответствующих его цели, обработкой результатов исследования с применением математическо-статистических методов, репрезентативностью выборки в количестве 1000 человек.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялось путем выступлений автора на научных конференциях, совещаниях, семинарах, а также внедрением в практику деятельности учебных заведений.

Основные положения и результаты исследований обсуждались на Международных научно-практических конференциях «VII Короленковские чтения» (г. Глазов, 2005 г.), «Социально-экономическое развитие общества: система образования и экономика знаний» (г. Пенза, 2005 г.); IX Всероссийской конференции «Наука и образование» (г. Томск, 2005 г.); ряде региональных научно-практических конференций (гг. Ижевск, Глазов; 2003, 2004, 2005 гг.); научно-методических конференциях; аспирантских семинарах и заседаниях кафедры педагогики Глазовского пединститута, совещаниях Управления заочного обучения и маркетинга образовательных услуг Глазовского пединститута.

Применение результатов исследования осуществлялось на различных уровнях:

- внедрения разработанной технологии прогнозирования образовательных

услуг в деятельность педагогических училищ и колледжей Удмуртской Республики;

- использования в деятельности Управления заочного обучения и маркетинга образовательных услуг Глазовского государственного педагогического института;

- использования разработанных материалов на практических занятиях по спецкурсу «Педагогический маркетинг» в Глазовском государственном педагогическом институте.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, 19 приложений, включает ряд рисунков, таблиц, графики, схемы, образец анкеты. Общий объем текста 174 страница. Список литературы включает 233 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность проблемы, определены объект, предмет, цели, гипотеза, задачи и методы исследования, сформулированы защищаемые положения.

В первой главе «Анализ проблем повышения эффективности деятельности учебного заведения» представлен обзор отечественных и зарубежных работ по данной проблеме и вопросам, имеющим отношение к теме диссертации, проведен анализ современного состояния проблемы исследования и намечены пути ее реализации.

Современный (маркетинговый) подход к качеству образовательных услуг потребовал изучения опыта индивидуализации обучения и позволил сделать вывод о недооценке личности в педагогике в советской историографии.

Проблемы личности, поднимаемые в 1930-е годы отечественными учеными П.П. Блонским, Л.С. Выготским, А.Б. Залкиндом, С.С. Моложавым и др. подверглись запрету на многие годы. После длительного перерыва ученые-педагоги М.Я. Басов, Л.В. Занков, Н.А. Рыбников, А.А. Смирнов, С.Т. Шацкий и др. вновь обратились к проблеме личности, что активизировало разработки по дифференциации общего образования в РСФСР в 1950-е годы (Н.К. Гончаров) и вызвало жесткое противостояние (П.В. Руднев). Факультативные занятия, классы и школы с углубленным изучением отдельных предметов – это все, что осталось от фуркации школы в 1970 - 80-е годы.

Демократические преобразования в обществе в 1990-е годы привели к резкому подъему интереса педагогов к личностно-ориентированному образованию (В.П. Зинченко, В.В. Сериков, И.С. Якиманская и др.) и дифференцированному обучению (Ю.З. Гильбух, И.М. Осмоловская, И.Э. Унт и др.).

Необходимость обновления знаний и удовлетворения многообразных индивидуальных возможностей и образовательных запросов потребовала активного развития образовательных услуг и совершенствования процесса их предоставления на основе маркетинга ОУ с целью повышения качества ОУ.

Два аспекта понятия качества ОУ: соответствие стандартам и соответствие запросам потребителя обуславливают отсутствие единого подхода в оценке качества образования (В.Г. Афанасьева, Д.М. Гвишиани, А.М. Омарова, Г.Х. Попова, А.И. Субетто и др.). М.В. Горшенина, Л.М. Куракина, В.П. Сухинин подчеркивают многоаспектность понятия качества ОУ. Разработаны конкурентные факторы ОУ и организационная структура управления учебным заведением, рассмотрены основные понятия маркетинга ОУ (Р.С. Асейнов, А.П. Панкрухин). Представлена специфика услуг (Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников, А.Н. Романов) и функции «службы» маркетинга учебного заведения (А.Н. Майоров, И.Н. Щербо), а также инструменты и критерии образовательного мониторинга (М.М. Поташник). Все это создало предпосылки для исследования проблем предоставления образовательных услуг.

В нашем исследовании изучение проблем предоставления образовательных услуг основано на возможности обеспечения их качества с точки зрения соответствия стандартам и запросам потребителей. Сложность процесса обеспечения качества образования вызывает необходимость выделения основных направлений его реализации на основе маркетинга, когда во главу ставятся запросы потребителей (Ф. Котлер):

1. Создание организационной структуры управления образовательным учреждением (А.П. Панкрухин), задействующей все основные подразделения образовательного учреждения и позволяющей осуществлять взаимодействие с его руководством, а через него с органами местного самоуправления.

2. Создание «службы» маркетинга образовательного учреждения (вуза) в форме «образовательной команды» (С.Е. Шишов, В.А. Кальней). Сложность процесса управления качеством ОУ вызывает сложность структуры «службы» маркетинга учебного заведения, включающей несколько блоков: проектировочной деятельности, осуществления идеи, мониторинга и контроля, обеспечения, рефлексивной деятельности. Функционирование и взаимодействие представленных блоков дает возможность обеспечить положительную динамику качества образования.

3. Реализация общих функций управления качеством образования. Разработанная схема дополняет функции управления качеством образования функцией прогнозирования и объединяет их в единый поэтапный процесс (См. рис. 1). Прогноз как результат процесса прогнозирования, способствует постановке целей (планированию), являясь основой эффективности деятельности учебного заведения.

Предвидение (прогнозирование) необходимо, чтобы управлять – управлять с должной мерой надежности, управлять оптимально, то есть наилучшим образом в данных конкретных условиях. Связка предвидение – управление должна быть постоянно в зоне внимания человека, коль скоро он заинтересован в надежности управленческих решений (Б.С. Гершунский).

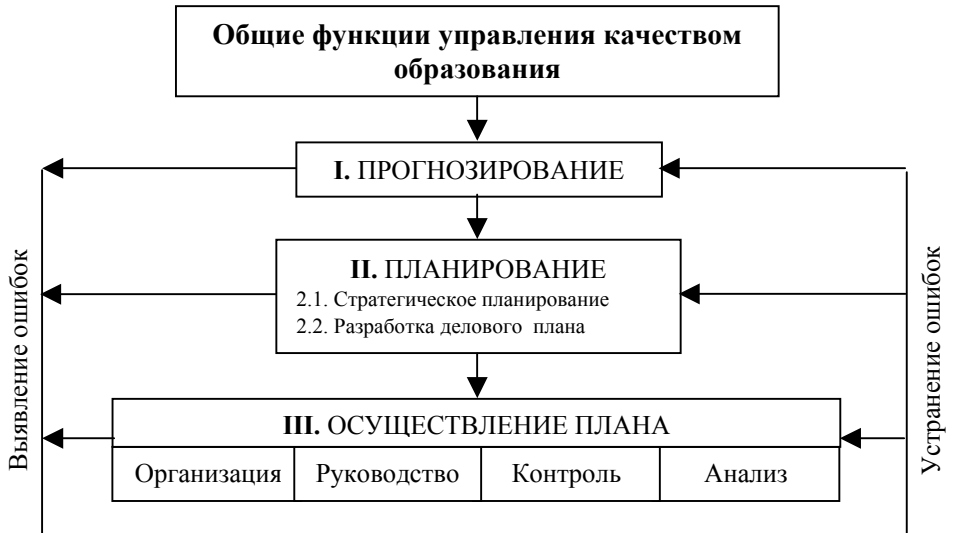


Рис. 1. Схема управления качеством образования

Рассмотрев различные подходы к планированию в учебном заведении (В.С. Лазарев, А.Н. Майоров, М.М. Поташник, Р.А. Фатхутдинов и др.), выделим его основные этапы:

– *стратегического планирования*: определение целей; изучение рынка с точки зрения требований потребителя; анализ возможных положительных и отрицательных факторов, перспективных направлений и неудач; реализация качества на основе мониторинга в инновационном процессе; формирование кадрового потенциала, оценка процесса деятельности учебного заведения с точки зрения реакции на ошибки;

– *разработки делового (рабочего) плана, в т.ч. плана качества.*

План качества содержит: способы улучшения качества образования, цели и задачи повышения качества образования, методы претворения целей и задач повышения качества образования в жизнь, механизм взаимодействия сотрудников учреждения при работе в командах повышения качества, проект повышения качества (документ, в котором замыслы и перспективы превращаются в реально выполнимые задачи) (М.В. Рыжаков).

Изучив вопросы оптимизации образовательных услуг и особенности системы образования малого города, приходим к выводу о том, что эффективная реализация общего поэтапного управления качеством образования на основе планирования возможна при взаимодействии всех субъектов рынка образовательных услуг в управлении.

Анализ работ по данной проблематике показывает, что в социальной теории управления усилиями отечественных ученых Г.Х. Попова, Л.Н. Суворова, Ю.А. Тихомирова, а также зарубежными исследователями – Р. Джонсоном,

Г.О. Кунцем, М. Месканом разработаны фундаментальные положения науки управления, вычленены закономерности управления социальными системами, определены характеристики управленческой деятельности.

В управлении городом трудно переоценить значение городского стратегического планирования. Активизация стратегического планирования городов и регионов России началась с принятия 20 июля 1995 г. ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации». К этому процессу подключились и малые города, активизировавшие свой потенциал с помощью программы «Малые города России», института «Открытое общество» в начале 2000 г.

Маркетинговый подход позволяет по иному рассмотреть вопросы управления городской системой образования, которое становится управлением системой определенных услуг, оказываемых конечному потребителю. Невозможно улучшить качество образования, ничего не меняя в структуре образовательной системы.

В заключении главы сделан вывод о многоаспектности понятия качества образовательных услуг и необходимости индивидуального подхода в разработке оценочных показателей эффективности деятельности образовательных систем разного уровня при постоянном отслеживании и прогнозировании качества образования в процессе мониторинга. Планирование деятельности городской образовательной системы, отдельного учебного заведения на основе кратко-, средне- и долгосрочного прогнозирования развития образовательных услуг поможет избежать ошибок и позволит повысить эффективность деятельности учебного заведения.

Во второй главе «Опытно-экспериментальная работа по проверке результативности технологии прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения» разработана модель прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения включающая:

- направления маркетинговой деятельности учебного заведения по прогнозированию ОУ;
- алгоритмизированную технологию прогнозирования ОУ.

На первом этапе опытно-экспериментальной работы в исходном состоянии образовательной системы по прогнозированию образовательных услуг выявлено:

1. Отсутствие модели прогнозирования ОУ для учебного заведения малого города.
2. Отсутствие научно-обоснованной структуры, занимающейся вопросами прогнозирования.
3. Разовое взаимодействие с органами управления в вопросах регулирования рынка ОУ.
4. Недостаточная обоснованность оценки социально-экономической эффективности рынка ОУ.
5. Отсутствие механизма выявления потенциального спроса на ОУ со стороны личности, предприятий (организаций) и государства.
6. Неопределенность перспективных характеристик спроса для рынка ОУ.

7. Выявление предпочтительности учебного заведения абитуриентами без достаточных оснований.

8. Бессистемность и отсутствие мониторинга в изучении конкурентной ситуации на рынке ОУ.

9. Недостаточная обоснованность выбора перспективных комплексных сегментов рынка ОУ.

На втором этапе исследования поставлены задачи и разработана содержательная часть эксперимента по прогнозированию образовательных услуг (См. табл. 1).

Содержательная часть исследования включает модель прогнозирования образовательных услуг для учебного заведения, состоящую из направлений маркетинговой деятельности учебного заведения по прогнозированию ОУ и алгоритмизированной технологии прогнозирования ОУ (См сх. 1).

С учетом результатов маркетинговой деятельности по представленным направлениям, выразившихся в разработке концептуальных положений прогнозирования ОУ для учебного заведения, разрабатываем алгоритмизированную технологию прогнозирования ОУ, состоящую из *четырёх этапов*:

1. Этап формирования экспертно-рабочей группы по прогнозированию образовательных услуг.

1.1. По составу специалистов.

1.1.1. Общие положения.

1.1.2. Основы формирования (с использованием собственных и сторонних специалистов).

1.2. По количеству специалистов.

2. Этап изучения информации о развитии образовательных услуг.

2.1. Изучение законодательной базы функционирования высшей школы.

2.2. Изучение статистической информации, данных статистического анализа, др. источников информации о состоянии рынка образовательных услуг Российской Федерации, Республики, города.

3. Этап взаимодействия с органами местного самоуправления.

Оценка привлекательности образовательного бизнеса региона и города по показателям: индекс образовательной открытости региона; индекс Херфиндаля - Хиршмана на рынке образовательных услуг; коэффициент концентрации населения региона; коэффициент соотношения среднегодовых доходов населения и затрат на образование; индекс приоритетного расходования средств на образование; индекс экономического развития региона; индекс возрастной структуры населения; индекс образовательной структуры населения.

**Задачи и содержание опытно-экспериментальной работы
по прогнозированию образовательных услуг**

Задачи	Содержание
Наличие концепции прогнозирования ОУ для учебного заведения малого города	Выявление особенностей рынка ОУ малого города
Создание экспертно-рабочей группы по прогнозированию ОУ из 15 человек, включая сторонних специалистов	Изучение вопросов определения компетентности, количественной оптимальности и состава структуры по прогнозированию ОУ
Оценка привлекательности образовательного бизнеса по 7-и показателям. Участие членов экспертно-рабочей группы в принятии управленческих решений на уровне города на постоянной основе	Обоснование необходимости оценки привлекательности образовательного бизнеса города (региона) и сотрудничества субъектов рынка ОУ в вопросах его регулирования
Обоснованный анализ социально-экономической эффективности рынка ОУ	Мониторинг численности и структуры подготовки специалистов, объемов приема и выпуска специалистов, трудоустройства выпускников за 3 года. Сосредоточение информации в разработанных таблицах
Выявление направлений удовлетворения потребностей в ОУ на перспективу	Расчет перспективности рынка ОУ, его напряженности и отложенного спроса
Выявление предпочтений абитуриентов при выборе учебного заведения и совершенствование факторов предпочтительности с целью повышения уровня предпочтительности учебного заведения	Составление сводной таблицы результатов опроса 1000 респондентов, ранжирование и оценка значимости измерения факторов предпочтительности, разработка правила определения предпочтительности вуза абитуриентами для ГППИ
Анализ конкурентной ситуации на рынке ОУ. Обоснованность открытия новых специальностей. Ценообразование на ОУ с позиций ценовой и неценовой конкуренции	Изучение муниципального рынка ОУ по всем ступеням профессионального образования в разрезе специальностей и по стоимости обучения



Схема 1. Модель прогнозирования образовательных услуг

4. Этап оценки возможностей и перспектив развития рынка образовательных услуг.

- 4.1. Оценка социально – экономической эффективности рынка ОУ.
- 4.2. Выявление потенциального спроса со стороны личности, предприятий (организаций) и государства.
- 4.3. Определение перспективных характеристик спроса.
- 4.4. Проведение социологических исследований рынка ОУ посредством анкетирования.
- 4.5. Выявление предпочтений абитуриентов при выборе учебного заведения (вуза).
- 4.6. Изучение конкурентной ситуации на рынке ОУ на основе факторов конкурентоспособности.
- 4.7. Выявление возможностей предложения ОУ учебным заведением (вузом).

4.8. Изучение сегментов рынка ОУ:

- по группам потребителей - личностей;
- по параметрам образовательных услуг;
- по конкурентам на рынке образовательных услуг.

4.9. Выбор предпочтительных комплексных сегментов рынка ОУ.

4.10. Оценка жизненного цикла специальностей в рамках учебного заведения (вуза).

На третьем этапе опытно-экспериментального исследования (2003 – 2005 гг.) технология прогнозирования образовательных услуг апробирована в Глазовском педагогическом институте с учетом концептуальных положений прогнозирования ОУ для вуза малого города.

Для проверки действенности представленной технологии на основе определения компетентности экспертов по вопросам исследования с учетом количественной оптимальности в ГГПИ была сформирована экспертно-рабочая группа в составе ректора; проректора по заочному обучению и маркетингу образовательных услуг; специалиста Управления заочного обучения и маркетинга образовательных услуг; девяти деканов факультетов; трех ведущих специалистов организаций и учреждений города

Созданная экспертно-рабочая группа изучила образовательную политику государства, законодательную базу функционирования высшей школы, статистическую информацию о рынке образовательных услуг.

На этапе взаимодействия экспертно-рабочей группы с органами местного самоуправления на основании коэффициентов, предложенных А.А. Ченцовым, экспертами проанализирована привлекательность образовательного бизнеса и рассчитан интегральный показатель привлекательности рынка образовательных услуг Удмуртской республики.

Полученные экспертами данные позволили констатировать: индекс образовательной открытости региона характеризует политику региональных властей в направлении сотрудничества с вузами других территориальных образований. Судя по значению данного индекса в сочетании со значением индекса Херфиндаля-Хиршмана по Удмуртской Республике можно говорить о достаточно высокой степени монополизма на рынке образовательных услуг города.

Значение коэффициента концентрации населения региона свидетельствует о рассредоточении населения по небольшим населенным пунктам и необходимости развития как очной, так и заочной форм обучения. Развитие дистанционного обучения и включение в систему открытого образования является перспективным направлением развития образовательных услуг региона, города, вуза.

Невысокая экономическая активность в регионе и городе приводит к формированию незначительной потребности в новых рабочих местах, что снижает склонность населения к направлению средств на получение образовательных услуг и привлекательность региона и города для развития образовательного бизнеса.

Невысокий уровень доходов и сокращение наиболее активной части

населения в смысле получения образования снижают индекс образовательной структуры населения Удмуртской Республики.

Экспертно-рабочая группа оценила возможности и перспективы развития рынка образовательных услуг на основе показателей численности и структуры подготовки специалистов, объемов приема и выпуска специалистов по различным специальностям, показателей трудоустройства выпускников за 3 года. Эксперты пришли к выводу, что несмотря на высокую насыщенность рынка труда учителями, 89 % выпускников очной формы обучения работают по профилю подготовки в вузе, 94 % трудоустроились в регионе и только 17 человек зарегистрированы в службе занятости; что свидетельствует о стабильном спросе работодателей на специалистов, подготовленных в ГГПИ, а следовательно, высоком качестве их профессиональной подготовки. Высокая потребность в специалистах по профилю дошкольного образования объясняется высокой текучестью кадров в связи с низким уровнем оплаты труда в данной сфере деятельности, а недостаток в учителях иностранного языка возможно объяснить нежеланием специалистов данной квалификации работать в сельских школах, их стремлением трудоустроиться в крупном городе и в странах дальнего зарубежья.

При выявлении потенциального спроса со стороны личности, предприятий (организаций) и государства, применительно к образовательным услугам, осуществляемым Глазовским пединститутом, эксперты проанализировали данные о полном возмещении затрат на обучение по очной и заочной формам за 5 лет.

На основе анализа они пришли к выводу о необходимости для вуза постоянно лицензировать новые специальности, отслеживать специальности, по которым начинает снижаться спрос и отказываться от них. При этом важнейшим критерием является динамика изменения за ряд лет доли студентов, обучающихся платно по каждой специальности, что отражает процессы на рынке труда и рынке ОУ города и региона.

Эксперты выявили, что в вузе нет студентов, обучающихся за счет предприятий и объяснили это высокой насыщенностью рынка специалистами-педагогами, а следовательно, возможностью конкурсного отбора желающих получить рабочее место без дополнительных затрат со стороны работодателя.

Эксперты определили перспективные характеристики спроса для рынка ОУ города, рассчитав перспективность рынка ОУ, его напряженность и отложенный спрос.

На основании формул для расчета, предложенных Н.В. Тихомировой, статистической информации по республике и данных по Глазовскому пединституту было определено, что в 2004 году перспективность рынка образовательных услуг по Удмуртии ($P_{\text{рОУ}}$) составила (-11259) чел., напряженность рынка для вуза ($H_{\text{рОУ}}$) составила 1343 чел., отложенный спрос – 54,5 чел. Отрицательное значение перспективности рынка ОУ, по мнению экспертов, показывает стремление абитуриентов максимально использовать шанс к поступлению, подавая заявления на несколько специальностей, чему способствует единый государственный экзамен.

Проведение социологических исследований муниципального рынка образовательных услуг посредством анкетирования позволило экспертам установить причины, влияющие на выбор абитуриентом конкретного вуза и соответствующей специальности. На основе методики и анкеты, предложенной В.Н. Зотовым, составлена сводная таблица результатов опроса 1000 респондентов среди абитуриентов и первокурсников Глазовского пединститута, произведено ранжирование и оценка значимости измерения каждого из 20 факторов, имеющих значение для выявления степени предпочтительности вуза. Разработана шкала измерения факторов и правило определения предпочтительности вуза для Глазовского пединститута. Исходя из этого, экспертами установлено, что доля желающих поступить в ГГПИ составляет 40% от всех потенциальных абитуриентов.

При изучении экспертами конкурентной ситуации проведен анализ муниципального рынка образовательных услуг по всем ступеням профессионального образования в разрезе специальностей и по стоимости обучения. На основе анализа конкурентной ситуации на рынке образовательных услуг и перспектив в деятельности конкурентов; предполагаемых объемов бюджетного финансирования и расходов вуза, определена стоимость обучения по специальностям вуза на 2004/2005 учебный год.

В соответствии с уровнем научно-образовательного потенциала эксперты выявили возможности предложения образовательных услуг вузом и определили план приема по специальностям на 2004/2005 учебный год.

При выявлении предпочтительных комплексных сегментов муниципального рынка образовательных услуг эксперты провели анализ социального состава абитуриентов и результатов зачисления абитуриентов по районам и городам Удмуртии. В порядке убывания значимости для ГГПИ были выделены 6 сегментов рынка ОУ.

Таким образом, практическая реализация технологии прогнозирования ОУ позволила экспертам установить ее действенность.

В заклучении диссертационного исследования сделаны выводы, свидетельствующие о степени решения поставленных выше задач, намечены пути дальнейших исследований в данной области:

1. Модель прогнозирования образовательных услуг может быть использована учебными заведениями для определения перспектив деятельности с целью конкретизации направлений и задач планирования.

2. Разработка предложенных направлений маркетинговой деятельности по прогнозированию образовательных услуг позволяет оптимизировать принимаемые управленческие решения, ориентированные на достижение наивысшего уровня качества образовательных услуг при рациональных затратах времени и других ресурсов, т.е. повысить эффективность деятельности учебного заведения.

3. Разработанные концептуальные положения для вуза малого города отражают состояние внешней и внутренней среды организации и являются основой опытно-экспериментальной работы по прогнозированию образовательных услуг.

4. Алгоритмизированная технология структурирует и систематизирует прогнозирование образовательных услуг для учебного заведения при взаимодействии всех субъектов рынка образовательных услуг. Ее эмпирическая проверка позволила решить поставленные задачи и доказала ее эффективность.

Перспектива данного исследования заключается в поиске способов повышения результативности прогнозирования.

Цель исследования достигнута, гипотеза получила подтверждение.

Основные результаты и положения исследования отражены в следующих публикациях автора:

1. Зотова С.С. К вопросу о функциях отдела маркетинга в педагогическом вузе // Проблемы вузовской и школьной педагогики: Тез. докл. регион. науч.-практ. конф. «Пятые Есиповские чтения». – Глазов: ГГПИ, 2003. – С. 78 – 79.
2. Зотова С.С. Прогноз рынка образовательных услуг: Учеб.-метод. пособие для студ. по курсу «Педагогический маркетинг». – Глазов: Издат. центр ГГПИ, 2004. – 68 с.
3. Зотова С.С. Осуществление маркетинговых коммуникаций в педагогической практике студентов вуза // Достижения науки и практики – в деятельность образовательных учреждений: Материалы Седьмой регион. науч.-практ. конф. – Глазов: Изд-во Глазов. Гос. пед. ин-та, 2005. – С.108 – 109.
4. Зотова С.С. Маркетинг как основа повышения эффективности деятельности образовательного учреждения // Социально-экономическое развитие общества: система образования и экономика знаний: Сб. статей II Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2005. – С. 114 – 116.
5. Зотова С.С. Роль вуза в процессе оптимизации культурно-образовательного пространства малого города // Молодежь в современном этнокультурном пространстве: Материалы I Межрегион. форума. – Глазов, 2005. – С. 64 – 66.
6. Зотова С.С. Прогнозирование как основа эффективности деятельности образовательного учреждения // Проблемы вузовской и школьной педагогики: Материалы Всероссийской науч.-практ. конф. «Шестые Есиповские чтения» / Под ред. М.А. Захарищевой; Глазов: ГГПИ, 2005 г. – С.142 – 145.
7. Зотова С.С. Образовательные услуги в малом городе // Материалы междунар. науч.-практ. конф. «VII Короленковские чтения». – Глазов: ГГПИ, 2005. – С. 98.
8. Зотова С.С. Прогнозирование рынка образовательных услуг гуманитарного профиля в малом городе // Материалы международной научно-практической конференции «VII Короленковские чтения». – Глазов: ГГПИ, 2005. – С. 99.
9. Зотова С.С. Прогноз рынка образовательных услуг // Материалы IX Всероссийской конф. Ст-тов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование». – Томск, 2005.- С. 21 – 22.